

แผนธุรกิจแอปพลิเคชันลาваบู

Business plan of Lavaboo



แผนธุรกิจแอปพลิเคชันลาวา



หลักสูตรการค้นคว้าอิสระเป็นส่วนหนึ่งของการศึกษาตามหลักสูตร
การจัดการมหาบัณฑิต สาขาการเป็นผู้ประกอบการ
มหาวิทยาลัยกรุงเทพ
ปีการศึกษา 2560



©2561
ณัฐวดี หนแก้ว
สงวนลิขสิทธิ์

บัณฑิตวิทยาลัย มหาวิทยาลัยกรุงเทพ
อนุมัติให้การค้นคว้าอิสระเป็นส่วนหนึ่งของการศึกษาตามหลักสูตร
การจัดการมหาบัณฑิต สาขาความเป็นผู้ประกอบการ

เรื่อง แผนธุรกิจแอปพลิเคชันลาวาบู

ผู้วิจัย ณัฐฉมิ หนูแก้ว

ได้พิจารณาเห็นชอบโดย

อาจารย์ที่ปรึกษา



(ดร.วราภรณ์ เล้าทะพลวัฒนา)



(อาทร พร้อมพัฒนภัก)

ผู้เชี่ยวชาญ



(ดร.กัญญา พัฒนวรพันธุ์)

รองคณบดีคณะการสร้งเจ้าของธุรกิจและการบริหารกิจการ

วันที่ 31 เดือน มกราคม พ.ศ. 2562

ณัฐวุฒิ หนูแก้ว. การจัดการมหำบัณฑิต สาขาวิชาความเป็นผู้
 ประกอบการ ,พฤศจิกายน 2561, มหาวิทยาลัยกรุงเทพ.
 แผนธุรกิจแอปพลิเคชันลาวาบู (17หน้า)
 อาจารย์ที่ปรึกษา: ดร. วรวรรณ เลหาะพลวัฒนา

บทคัดย่อ

จุดประสงค์ในการทำแผนธุรกิจครั้งนี้เพื่อเป็นกรณีศึกษาให้
 กับผู้สนใจและรวบรวมข้อมูลให้เกิดผลประโยชน์ที่เกี่ยวข้องกับโปร
 เจกต์นี้โดยได้มีการลงพื้นที่สำรวจเพื่อเก็บข้อมูลจากกลุ่มตัวอย่าง
 หรือกลุ่มเป้าหมายนั้น ลาวาบูได้เล็งเห็นถึงปัจจัยที่เกี่ยวข้อง
 ประกอบไปด้วยการศึกษาพฤติกรรมและสถิติการท่องเที่ยวของ
 ประเทศไทยและพฤติกรรมการใช้อินเตอร์เน็ตของคนไทยใน
 ปัจจุบัน พฤติกรรมการใช้แอปพลิเคชันของคนไทย พฤติกรรมใน
 การใช้ห้องนำสาธารณะที่สำรวจจากการให้บริการห้องใน
 ประเทศไทยเพื่อเก็บข้อมูลและศึกษาพัฒนาลาวาบู

แอปพลิเคชันลาวาบูที่เป็นตัวกลางการสื่อสารระหว่างผู้ที่
 ต้องการให้บริการห้องนำ ที่เรียกว่า Users และผู้ที่ให้บริการห้องนำ
 ที่เรียกว่า Partners ซึ่งแอปพลิเคชันลาวาบูได้คำนึงถึงปัญหาใน
 การหาห้องนำของผู้ที่มาเที่ยวตามแหล่งท่องเที่ยวต่างๆบนท้อง
 ถนนของประเทศไทย เช่น ถนนคนเดิน ตลาดนัด ตลาดสด ถนน
 เขาวราช รวมไปถึงสถานที่ท่องเที่ยวต่างๆในกรุงเทพมหานครและ
 ต่างจังหวัด เราต้องการที่จะเป็นส่วนหนึ่งในการอำนวยความสะดวก
 สะดวกแก่ผู้ที่ต้องการหาห้องนำ ไม่ใช่แค่ยกระดับคุณภาพในการ
 ให้บริการห้องนำในประเทศไทย แต่ยังเป็นการทำรายได้เพิ่มให้แก่
 ผู้ให้บริการห้องนำ

ลาวาบูได้สร้างช่องทางการโฆษณา Social media :
 Facebook , Instagram เพื่อให้ข้อมูลข่าวสารเข้าถึงผู้ใช้งาน รวมไปถึงการโฆษณาแอปพลิเคชันลาวาบูบนนิตยสารการท่องเที่ยว
 ใกล้กับคอลัมน์การท่องเที่ยวแบบ Street food เช่น ตามเขาวราช
 และร้านต่างๆ เพื่อให้ผู้ใช้บริการเข้าถึงแอปพลิเคชันลาวาบูได้ง่าย
 ขึ้นเป็นการเพิ่มโอกาสในการดาวน์โหลดของผู้ใช้บริการและนำ

มาทดลองใช้ให้ได้มากที่สุด เพื่อคัดกรองผู้ใช้ที่สนใจเมื่อมีการเติมLVCเข้าสู่ระบบซึ่งจะมียอดดาวน์โหลดมากขึ้นทำให้มูลค่าของการเรียกเก็บค่าเช่า โฆษณาภายในAPPได้ราคาที่สูงมากขึ้น

สรุปกลยุทธ์ กลยุทธ์ที่บริษัทใช้ในการดำเนินกิจการคือการที่ตัว APPLICATION สามารถใช้ได้สะดวกแล้วยังมีการโฆษณาผ่านช่องทางต่างๆ เพื่อเพิ่มการรับรู้ของผู้ใช้บริการเพื่อเพิ่มโอกาสดาวน์โหลดและทดลองใช้ให้ได้มากที่สุดแล้วกรองผู้ใช้ที่สนใจและมีการเติม LVC (ย่อมาจาก LAVABOO COIN เป็นการเติมเงินเข้าสู่ระบบ APPLICATION เพื่อใช้งานระบบ) เข้าสู่ระบบและเมื่อมียอดดาวน์โหลดมากมูลค่าของการเรียกเก็บค่าเช่าโฆษณาภายใน APPLICATION ได้ราคาที่สูงขึ้น



Nookeaw N,M.M. (Master of Management in Entrepreneurship), December 2018, School of Entrepreneurship and Management, Bangkok University.
Business plan of Lavaboo (17 pp.)
Advisor : Worrawan Laohapolwatana, Dr.

ABSTRACT

The purpose of this business plan for a case study for those interested and gather information for the benefits associated with this project. With a survey area to collect data from that sample or target group. Lavaboo saw the relevant factors including education. Behavior and statistics of tourism in Thailand and usage behavior Internet of Thai people today. Behavior of using applications of Thai people. Behavior in using public **baths** Survey of room service in Thailand to collect data and study the development of lavaboo.

Applications Lavaboo that are intermediate communicate between those who want to use a bathroom service called Users and those who provide a bathroom service called Partners. Consider the problem of finding the toilet of the person who came. Travel in various tourist destinations on the streets of Thailand, such as the Walking Street Market, Fresh Market, Yaowarat Road, as well as places travel in Bangkok and other provinces. We want to be a part of facilitating those who want to find a bathroom, not just to improve the quality of the bathroom service in Thailand, but also to add more revenue to the bathroom service provider.

Lavaboo has created social media advertising channels: Facebook, Instagram, to provide news and information to users, including advertising on the top apps. Travel magazine Close to the column Travel in Street food such as Yaowarat and various shops. To allow users access to the Lavaboo application is easier. **Is** an opportunity to download downloads Use the service and try as much as possible to filter users who are interested when fill in the LVC, which will be downloaded. Increasing the value of rental fees Ads within the APP can increase the price.

Summary of strategies, strategies that the company uses business operation is that the APPLICATION can be conveniently used. There are also advertisements. Through various channels To increase user awareness Services to increase Okazu, download and Try as much as possible and filter the users at Interested and have to add LVC (short for LAVABOO COIN to top up the system AAPPLICATION to use the system) to enter the system and when there are many downloads The value of advertising fees charged within the APPLICATION is higher.

กิตติกรรมประกาศ

การจัดทำแผนธุรกิจฉบับนี้สำเร็จลุล่วงได้เนื่องจาก ดร. วร
วรรณ เลหาพะพลวัฒนา ซึ่งเป็นอาจารย์ที่ปรึกษาในการจัดทำแผน
ธุรกิจและคณาจารย์คณะกรรมการสร้างเจ้าของธุรกิจและการบริหาร
กิจการทุกท่านที่มีส่วนเกี่ยวข้องกับแผนธุรกิจฉบับนี้ที่ให้ความรู้ คำ
แนะนำ ชี้แนะแนวทางอันเป็นประโยชน์ในการนำมาประยุกต์ใช้กับ
แผนธุรกิจฉบับนี้ให้มีความสมบูรณ์ ผู้จัดทำแผนธุรกิจฉบับนี้ขอ
ขอบพระคุณทุกท่านเป็นอย่างสูง สำหรับการสละเวลาอันมีค่าของ
ทุกท่านและความรู้ที่ทุกท่านคอยพร่ำสอนตลอดระยะเวลาที่
ข้าพเจ้าศึกษาอยู่มหาวิทยาลัยกรุงเทพ

สุดท้ายนี้ข้าพเจ้าขอขอบพระคุณบิดามารดาและครอบครัว
ซึ่งเป็นบุคคลที่คอยให้กำลังใจสนับสนุนและส่งเสริมทางด้านการ
ศึกษามาโดยตลอด

ณัฐวุฒิ หนูแก้ว

สารบัญ

	หน้า
บทคัดย่อ	ง
บทคัดย่อ	จ
กิตติกรรมประกาศ	ช
สารบัญ	ซ
สารบัญภาพ	ฅ
บทที่ 1 การแนะนำธุรกิจและแผนธุรกิจ	1
1.1 การแนะนำลาวาบู (LAVABOO)	1
1.2 วิสัยทัศน์ พันธกิจ เป้าหมาย	1
1.3 วัตถุประสงค์ของธุรกิจ	2
บทที่ 2 วิธีการดำเนินการในการจัดทำแผนธุรกิจ	3
บทที่ 3 การวิเคราะห์สภาพแวดล้อมธุรกิจ	8
การวิเคราะห์สภาพการแข่งขันของตลาด(สภาอุตสาหกรรม)	8
การวิเคราะห์สภาพแวดล้อมภายในและภายนอกธุรกิจ	10
บทที่ 4 โมเดลในการดำเนินธุรกิจ (Business Model)	13
บทที่ 5 แนวทางในการพัฒนาธุรกิจ/ผลิตภัณฑ์/บริการ	17
5.1 แนวทางในการพัฒนาธุรกิจและผลิตภัณฑ์	17
5.2 แนวทางในการพัฒนาการบริการ	17
5.3 แนวทางการพัฒนาในอนาคต	18
5.4 แนวทางการสร้างรายได้เพิ่มจากแอปพลิเคชันลาวาบู	18
บทที่ 6 สรุป (Conclusion)	19

สารบัญภาพ

	หน้า
ภาพที่ 2.1 QR code แบบสอบถาม	4
ภาพที่ 2.2 เพศ (Sex)	4
ภาพที่ 2.3 อาชีพ	5
ภาพที่ 2.4 อายุ	5
ภาพที่ 2.5 ห้องน้ำย่นเขาวราชหายยากหรือ่ง่าย	6

บทที่ 1

การแนะนำธุรกิจและแผนธุรกิจ

1.1 การแนะนำลาวาบู (LAVABOO)

คือ แอปพลิเคชันที่จะเป็นแพลตฟอร์มระหว่างผู้ที่ต้องการใช้บริการห้องน้ำ ที่เรียกว่า Users และผู้ที่ให้บริการห้องน้ำ ที่เรียกว่า Partners

ลาวาบูได้คำนึงถึงปัญหาการหาห้องน้ำของนักท่องเที่ยวที่ได้เข้ามาท่องเที่ยวในประเทศไทย ไม่ว่าจะเป็นแหล่งรวม Street food ตลาดสด ตลาดนัด เขาวราช เป็นต้น ลาวาบูจึงค้นคว้าหาข้อมูลเพื่อจะเข้าไปแจกแอปพลิเคชันหาห้องน้ำที่มีชื่อว่า LAVABOO ขึ้นมา เพื่อเป็นการให้บริการค้นหาห้องน้ำผ่านทางแอปพลิเคชันบนสมาร์ตโฟนซึ่งเป็นตัวกลางที่จะทำให้ผู้ใช้บริการสามารถหาห้องน้ำที่ตัวเองต้องการใช้บริการและหาห้องน้ำที่ใกล้ที่สุดได้ ลาวาบูต้องการที่จะช่วยหาช่องทางในการอำนวยความสะดวกแก่ผู้ที่ต้องการใช้ห้องน้ำ ไม่ใช่แค่ยกระดับคุณภาพในการให้บริการห้องน้ำในประเทศไทย ซึ่งยังเป็นการทำรายได้เพิ่มให้แก่ผู้ให้บริการห้องน้ำอีกด้วย วัตถุประสงค์ของการจัดทำแผนธุรกิจในครั้งนี้เพื่อรวบรวมข้อมูลที่เกี่ยวข้องและมีผลกับโครงการธุรกิจ LAVABOO

1.2 วิสัยทัศน์ พันธกิจ เป้าหมาย

วิสัยทัศน์

เป็นผู้นำในธุรกิจการบริการแอปพลิเคชันซึ่งเป็นสื่อตัวกลางระหว่างผู้ให้บริการห้องน้ำและผู้ใช้บริการเพื่ออำนวยความสะดวกในการค้นหาห้องน้ำแบบครบวงจร

พันธกิจ

1. แอปพลิเคชันที่ครอบคลุมและมีประสิทธิภาพในการหาห้องน้ำมากที่สุดในประเทศไทย
2. แอปพลิเคชันใช้งานได้ง่ายและมีความสะดวกรวดเร็ว
3. แอปพลิเคชันมีห้องน้ำให้บริการเพียงพอและสะอาด
4. แอปพลิเคชันลาวาบูเป็นที่ยอมรับสร้างความพึงพอใจให้แก่ผู้ใช้บริการและผู้ให้บริการห้องน้ำ

เป้าหมาย

1. เป้าหมายระยะสั้น : ภายใน 1 ปี แอปพลิเคชันจะมีผู้ให้บริการ (Partners) มากกว่า 30 แห่ง ในพื้นที่และมีผู้ใช้งานมากกว่า 1 หมื่นผู้ใช้งาน (Users)

2. เป้าหมายระยะยาว : แอปพลิเคชันลาวาบูจะมีการค้นหาห้องน้ำ ห้องอาบน้ำ และจองตัวที่พักร เพื่อจะขยายพื้นที่ให้บริการแหล่งท่องเที่ยวต่างและสถานที่ท่องเที่ยวต่างๆ เช่น พัทยา ภูเก็ต เกาะสมุย ภายใน 3 ปี


1.3 วัตถุประสงค์ของธุรกิจ

1. การจัดการแผนธุรกิจในครั้งนี้ เพื่อวางแผนดูความเป็นไปได้ของธุรกิจและแนวทางธุรกิจ

2. ตอบโจทย์ความต้องการในการค้นหาห้องน้ำในสถานที่ท่องเที่ยวที่หาห้องน้ำได้ยาก แอปพลิเคชันลาวาบูจะเป็นช่องทางในการค้นหาห้องน้ำที่ใกล้ที่สุดได้ภายในระยะเวลาที่รวดเร็ว

3. สร้างรายได้ให้แก่กลุ่มผู้ก่อตั้งแอปพลิเคชันลาวาบู

4. มุ่งเน้นกำไรสูงสุดธุรกิจแอปพลิเคชันลาวาบู



บทที่ 2

วิธีการดำเนินการในการจัดทำแผนธุรกิจ

ลาวาบูเห็นว่าปัจจัยที่เกี่ยวข้องกับลาวาบูประกอบไปด้วย การศึกษาพฤติกรรมการท่องเที่ยวในประเทศไทย สถิติการท่องเที่ยวในประเทศไทยและพฤติกรรมใช้อินเทอร์เน็ตในประเทศไทยในปี พ.ศ.2561 พฤติกรรมใช้ออปพลิเคชันของคนไทย พฤติกรรมใช้ห้องน้ำสาธารณะ สำรวจการให้บริการห้องน้ำในประเทศไทย “ETDA ประกาศผลสำรวจพฤติกรรมผู้ใช้งานอินเทอร์เน็ตประเทศไทยปี 2561 พบคนไทยใช้อินเทอร์เน็ตนานขึ้นเฉลี่ย 10 ชั่วโมง 5 นาทีต่อวันเป็นผลจากการเปลี่ยนผ่านชีวิตไปสู่ดิจิทัลเพิ่มมากขึ้นเผย Gen Y ครองแชมป์ใช้งานอินเทอร์เน็ตสูงสุดติดต่อกันเป็นปีที่ 4”

ประเภทข้อมูลที่น่าไปใช้ ประกอบด้วย

- 1.เพศ
- 2.อายุ
- 3.อาชีพ
- 4.ความสะดวกสบายในการค้นหาห้องน้ำ
- 5.ความพึงพอใจในการใช้บริการห้องน้ำ

วิธีการเก็บข้อมูล คือ การเข้าไปสอบถามและลงพื้นที่จริงในบริเวณ ถนนเยาวราช

เครื่องมือในการเก็บรวบรวมข้อมูล ใช้แบบสอบถามอิเล็กทรอนิกส์โดยการส่งแบบสอบถามโดยให้การแอดไลน์

ภาพที่ 2.1 QR code แบบสอบถาม

LAVABOO
@czy5j44e



*QR code แบบสอบถาม

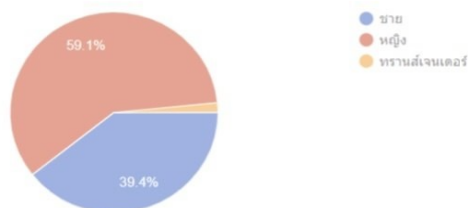
กลุ่มผู้ให้ข้อมูลเป็นผู้ที่มาเดินถนนเยาวราช เหตุเพราะเป็นสถานที่แรกที่บริษัทได้รับแรงบันดาลใจและ คิดว่าผู้ที่มาเดินถนนเยาวราชอาจเป็นคนชอบเดินเที่ยวในสถานที่ท่องเที่ยวแบบสตรีตและพบเจอปัญหาการหา ห้องน้ำ

จำนวนผู้ให้ข้อมูล มีจำนวนทั้งหมด 127 คน
เพศ ประกอบด้วย เพศชาย 50คน เพศหญิง 75คน เพศทางเลือก 2 คน

ภาพที่ 2.2 เพศ (Sex)

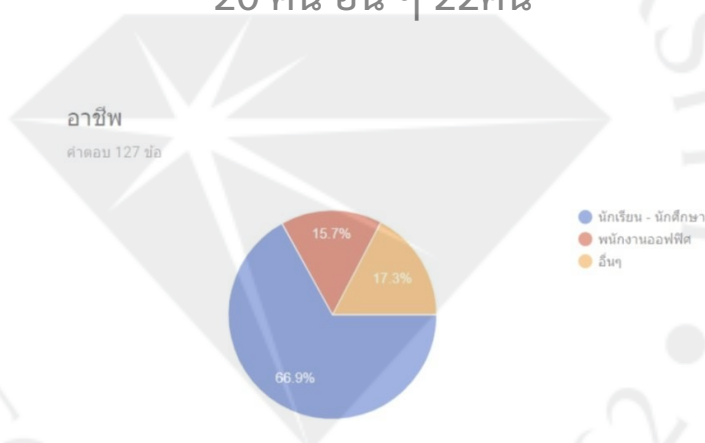
เพศ (Sex)

คำตอบ 127 ข้อ



ภาพที่ 2.3 อาชีพ

อาชีพ ประกอบด้วย นักเรียน-นักศึกษา 85 คน พนักงานออฟฟิศ 20 คน อื่น ๆ 22คน

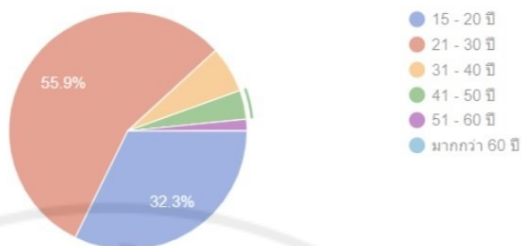


อายุ ประกอบด้วย 15-20ปี 41 คน/ 21-30ปี 71คน/ 31-40ปี 8 คน/ 41-50ปี 5 คน/ 51-60ปี 2 คน

ภาพที่ 2.4 อายุ

อายุ

คำตอบ 127 ข้อ

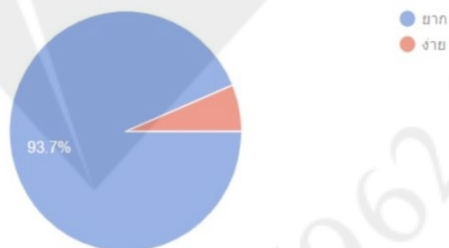


ความยากการหาห้องน้ำ หายาก 119คน

ภาพที่ 2.5 ห้องน้ำย่านเยาวราชหายากหรือง่าย

ห้องน้ำย่านเยาวราชหายากหรือง่าย?

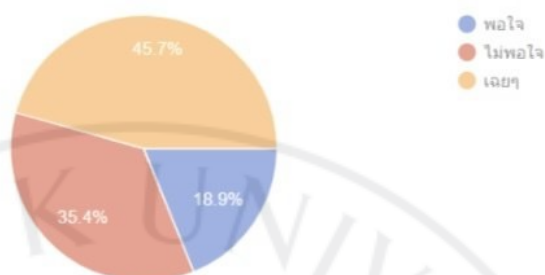
คำตอบ 127 ข้อ



ความพึงพอใจในการใช้บริการห้องน้ำ

ห้องน้ำที่คุณเคยใช้บริการแบบฟรี คุณพอใจหรือไม่?

ค่าตอบ 127 ข้อ



จากการเก็บรวบรวมข้อมูลผลปรากฏว่ากลุ่มเป้าหมายของธุรกิจมีปัญหาเรื่องการหาห้องน้ำเป็นจำนวน มาถึง 93.7% และระดับความพึงพอใจในการใช้ห้องน้ำเพียง 18.9% เท่านั้น ดังนั้นสรุปได้ว่า มีโอกาสในธุรกิจถ้าบริษัทจะจัดทำธุรกิจอำนวยความสะดวกในการบริการหาห้องน้ำ

บทที่ 3

การวิเคราะห์สภาพแวดล้อมธุรกิจ (Industry and Company Analysis)

การวิเคราะห์สภาพการแข่งขันของตลาด(สภาพอุตสาหกรรม)

การวิเคราะห์ปัจจัยภายนอก (PESTEL Analysis)

- Political ปัจจัยด้านการเมือง ในกิจการของบริษัทปัจจัยด้านการเมืองมีผลตามนโยบายของรัฐบาลเช่นนโยบายส่งเสริมการท่องเที่ยว เป็นต้น จะส่งผลให้มีนักท่องเที่ยวเพิ่มมากขึ้นเมื่อมีนักท่องเที่ยวมากขึ้นก็ จะมีโอกาสที่นักท่องเที่ยวจะใช้APPของบริษัทมากขึ้น

- Economics ปัจจัยด้านเศรษฐกิจ ในกิจการของบริษัทถือว่ามีผลเป็นอย่างมากเพราะถ้า เศรษฐกิจไม่ดีการท่องเที่ยวก็จะน้อยลงการใช้APPก็จะน้อยลงแต่ถ้าเศรษฐกิจดีนักท่องเที่ยวมากขึ้นก็จะเป็นผลดีกับบริษัทเป็นอย่างมากเช่นกัน

- Social ปัจจัยด้านสังคม ในกิจการของบริษัทถือว่าไม่ได้มีผลกระทบนักเพราะการเข้าห้องน้ำถือเป็นเรื่องปกติเพียงแต่APPของเราเป็นส่วนช่วยในการค้นหาหรือติดต่อสถานที่นั้น ๆ

- Technology ปัจจัยเกี่ยวกับเทคโนโลยี ในกิจการของบริษัทถือว่าเป็นผลกระทบใหญ่ที่สุด

เพราะการที่บริษัทจะดำเนินกิจการต่อไปได้จำเป็นต้องก้าวให้ทันเทคโนโลยีที่มีการเปลี่ยนแปลงตลอดเวลาเพื่อไม่ให้APPตกยุคหรือไม่รองรับระบบต่าง ๆ ได้

- Environmental ปัจจัยด้านสภาพแวดล้อม ในกิจการของบริษัทไม่ถือว่าผลกระทบมาก เพราะในประเทศไทยไม่มีห่ามรสุม ไม่มีการเกิดแผ่นดินไหว จัดอยู่ในพื้นที่ที่สามารถท่องเที่ยวได้ทั้งปี ไม่มีภัยทางธรรมชาติร้ายแรง

- Law ปัจจัยเกี่ยวกับด้านกฎหมาย ในกิจการของธุรกิจจำเป็นต้องมีกฎหมายเข้ามาเกี่ยวข้อง

เพราะบริษัทได้มีการเก็บรวบรวมข้อมูลของลูกค้าเป็น Partners เอาไว้เพื่อให้เป็นข้อมูลส่วนตัวเท่านั้น แต่ในเรื่องการขัดกฎหมายอันดีของประเทศนั้นบริษัทไม่ได้มีการละเมิดกฎหมายแห่งราชอาณาจักรไทย

การวิเคราะห์ปัจจัยกดดันต่อธุรกิจ (Porter's Five Forces Model)

- Industry rivalry การแข่งขันกันภายในอุตสาหกรรมเดียวกัน ในกิจการของบริษัทยังไม่เป็นธุรกิจที่มีการแข่งขันเพราะยังไม่มีบริษัทไหนทำขึ้นมาถือว่าอยู่ใน Blue Ocean

- Bargaining Power of Suppliers อำนาจต่อรองของ Supplier ในกิจการของบริษัท ถือว่ามีผลมาน้อยตามเขตพื้นที่ เช่น ในเขตที่มีนักท่องเที่ยวมากแต่มีผู้ให้บริการน้อย Supplier มีอำนาจในการต่อรอง มา แต่ถ้าเป็นในพื้นที่ที่มีผู้ให้บริการมากก็จะมีอำนาจต่อรองน้อย

- Bargaining Power of Customers อำนาจต่อรองของลูกค้า ในกิจการของบริษัทลูกค้ามีอำนาจในการต่อรองสูงเพราะมีผู้ให้บริการห้องนำที่ไม่เข้าร่วมกับบริษัทหรือมีการพบเห็นผู้ให้บริการได้โดยง่าย

- Threat of Substitute Products or Services ภัยคุกคามจากสินค้าทดแทนในกิจการของบริษัทยังไม่มีสินค้าทดแทนอย่างจริงจังแต่มีผู้ให้บริการด้านการให้บริการด้านการศึกษาที่ไม่เฉพาะทางอย่างของบริษัท

- Threat of New Entrance ภัยคุกคามจากผู้แข่งขันรายใหม่ ในกิจการของบริษัทค่อนข้างเข้ามาง่ายเหตุเพราะการให้บริการผ่านAPP สามารถเข้ามาได้โดยง่ายแต่การจะติดต่อผู้ให้บริการอาจจะเข้ามาได้ ยากหรืออาจต้องใช้เวลา

การวิเคราะห์สภาพแวดล้อมภายในและภายนอกธุรกิจ

การวิเคราะห์สภาพแวดล้อมและศักยภาพ (SWOT Analysis)

- จุดแข็ง (Strengths) จุดแข็งของบริษัทคือเป็นผู้ให้บริการค้นหาสถานที่เฉพาะทางเป็นรายแรกมีผู้ให้บริการมากเป็นอันดับ 1 มีเทคโนโลยีที่ดีในการให้บริการตัว APP โหลดได้ง่าย ไม่ซับซ้อนอำนวยความสะดวกให้ผู้ให้บริการ ปลอดภัยทั้งกับตัวผู้ใช้และผู้ให้บริการเพราะมีข้อมูลของทั้งสองฝ่าย

- จุดอ่อน (Weaknesses) จุดอ่อนของบริษัทคือการดูแลผู้ให้บริการและผู้ให้บริการให้ทำตามข้อกำหนดยังไม่ดีพอ อาจมีการ

จ่ายเงินรับเงินนอกระบบของบริษัทและมีพนักงานน้อยไม่พอต่อความต้องการปัญหาตรงนี้จะต้องได้รับการแก้ไขต่อไป

- โอกาส (Opportunities) ไม่มีข้อจำกัดในการขยายตลาด เนื่องจากเราเป็นแอปพลิเคชันตัวกลางไม่ยึดติดกับสถานที่ใดสถานที่หนึ่งไม่ว่าจะเติบโตในประเทศและต่างประเทศก็ทำได้ เนื่องจากมีนักท่องเที่ยวต่างชาติเข้ามาเที่ยวที่ประเทศไทยเพิ่มขึ้น ผู้ใช้งานต่างชาติก็มีแนวโน้มเพิ่มขึ้นตามไปด้วย เมื่อคนมีปัญหาในการหาห้องน้ำ เราจะเข้ามาแก้ไขและอำนวยความสะดวก

- อุปสรรค (Threats) อุปสรรคของบริษัทคือถึงแม้ว่าในประเทศไทยจะยังไม่มีการทำแอปพลิเคชันในรูปแบบนี้ แต่คาดว่าในอนาคตจะมีคู่แข่งเกิดขึ้นอย่างแน่นอน

หลักการใช้งาน LAVABOO แบ่งออกเป็น 2 ส่วน คือ

1. ส่วนของผู้ใช้งาน (Users)
2. ส่วนของผู้ให้บริการ (Partners)

ใครจะสามารถมาร่วมเป็นผู้ให้บริการ (Partners) กับลาวาบูได้บ้าง ?

สถานที่นั้นๆจะต้องมีห้องน้ำและเป็นสถานที่จำพวกร้านอาหาร, ร้านค้าขายทั่วไป, ร้านกาแฟ, โรงแรม หรือโฮสเทล เป็นต้น สถานที่นั้นจะต้องไม่ใช่บ้านหรือที่พักอาศัยส่วนบุคคล และจะต้องไม่ใช่ห้างสรรพสินค้า, โรงพยาบาล, วัด, ปิมน้ำมัน เป็นต้น

หลักการใช้งานสำหรับผู้ให้บริการ (Partners) แบ่งออกเป็น 6 ส่วนดังนี้

1. ทำหนังสือเพื่อขอความอนุเคราะห์ให้ผู้ประกอบการเข้ามาเป็นผู้ให้บริการของแอปพลิเคชันลาวาบู

2. ต้องการรองรับการตรวจสอบมาตรฐานของห้องน้ำและสถานที่จากแอปพลิเคชันลาวาบู

3. เมื่อผ่านการตรวจสอบแล้วก็จะสามารถเข้าร่วมได้ทันที แต่ ถ้าหากไม่ผ่านการประเมินจากแอปพลิเคชันลาวาบู ทางสถานที่จะต้องทำการปรับปรุงแก้ไขตามคำแนะนำและการยื่นทำเรื่องใหม่อีกครั้งตามลำดับ

4. เมื่อผ่านการตรวจสอบก็จะต้องทำสัญญากับทางแอปพลิเคชันลาวาบู

5. ทางแอปพลิเคชันลาวาบูจะทำการสอนเรื่องระบบให้กับผู้ให้บริการ (Partners)

6. ผู้ให้บริการจะมีแอปพลิเคชันลาวาบูที่เป็นส่วนของผู้ให้บริการ โดยมีหลักการใช้งานดังนี้

6.1 เริ่มทำการลงทะเบียนและเข้าสู่ระบบเพื่อเริ่มต้นการใช้งาน

6.2 เมื่อมีคนมาใช้บริการห้องน้ำ ผู้ใช้งาน (Users) จะแสดง QR Code กับผู้ให้บริการ (Partners) ผู้ให้บริการจะต้องทำการสแกนก่อนให้บริการทุกครั้ง เมื่อทำการสแกนแล้วข้อมูลของผู้ใช้งาน (Users) จะแสดงขึ้นมาบนจอเพื่อให้บริการ (Partners) สามารถประเมินผู้ใช้งาน (Users) ได้อีกด้วย

6.3 หากผู้ให้บริการ (Partners) ต้องการดูประวัติการให้บริการย้อนหลังก็สามารถกดไปที่ History

สรุปจุดแข็งที่เอาไปใช้ในโอกาสเป็น APP ที่เกิดขึ้นมาใหม่เพื่อตอบรับกับความต้องการของนักท่องเที่ยวที่เพิ่มมากขึ้นมีโอกาสที่จะทำรายได้ได้มากขึ้นและสามารถขยายธุรกิจได้

บทที่ 4 โมเดลในการดำเนินธุรกิจ (Business Model)

Key Partners - ร้านอาหาร - ร้านกาแฟ - โฮเทล - ร้านค้า - ฯลฯ	Key Activities - สร้างมาตรฐานของห้องน้ำเพื่อให้สะอาดและปลอดภัยอยู่เสมอ	Value Propositions - แอปพลิเคชันใช้ง่าย - การหาห้องพักสะดวก - ห้องน้ำของ Partners มีมาตรฐานสะอาด และปลอดภัย	Customer Relationship - แอปพลิเคชันใช้ง่าย - สะดวก รวดเร็ว - คุ่มค่า - ทนสมัย	Customer Segment - นักท่องเที่ยวทั้งคนไทยและชาวต่างชาติที่เดินทางมาเยี่ยมเยียน - นักท่องเที่ยวสตรีท - พ่อค้าแม่ค้าบริเวณใกล้เคียง
	Key Resources - ห้องน้ำของ Partners		Channels - สำหรับปัจจุบัน ร้านต่างๆ แล้วย่านเยาวราช - ช่องทางโซเชียลมีเดีย และช่องทางดาวน์โหลด	
Cost Structure - ค่าจ้างพนักงาน 3 คน - ค่าสร้างแอป - ค่าดูแลแอปและเซิร์ฟเวอร์		Revenue Streams - ค่าโฆษณา - การซื้อเหรียญ Lava Coins		

Customer Segments

กลุ่มลูกค้าหลักคือ นักท่องเที่ยวสตรีท ฟู้ดส์ ทั้งชาวไทยและต่างชาติ อายุ 15-40 ปี ไลฟ์สไตล์ ท่องเที่ยวบ่อย ชอบหาของกินอร่อย ๆ ที่บริษัทเลือกกลุ่มลูกค้าแบบนี้เพราะอย่างแรก คนอายุ 15-40 ปีมีกำลังที่จะเดินเที่ยวตามสถานที่สตรีทและเป็นผู้ที่ชอบแวะชิมแวะซื้อร้านค้าต่าง ๆ ตามข้างทางซึ่งกลุ่มนี้จะมีปัญหาเรื่องการหาห้องพักเพราะร้านค้าส่วนใหญ่เป็นแผงลอย ซึ่งไม่มีห้องพักให้บริการนักท่องเที่ยว บริษัทจึงเล็งเห็นโอกาสในจุดนี้

Value propositions

กลุ่มลูกค้าสามารถเลือกห้องน้ำที่ตรงใจตัวเองได้มากที่สุด เหตุเพราะจากผลสำรวจพบว่าห้องน้ำที่ให้บริการสามารถสร้างความพึงพอใจให้กับผู้ใช้บริการได้เพียงแค่ 18.9% ซึ่งถือว่าน้อยมาก และมีความไม่พอใจ มากกว่า 35% บริษัทจึงเล็งเห็นโอกาสที่จะทำรายได้ให้กับบริษัทและพาร์ทเนอร์ โดยมีการลงรูปของห้องน้ำเพื่อให้ผู้ใช้มีสิทธิที่จะได้เลือกใช้บริการห้องน้ำที่ตัวเองต้องการส่วนพาร์ทเนอร์ก็จะได้โฆษณาห้องน้ำหรือร้านของตัวเองด้วย

Customer Relationships

ลูกค้าสามารถติดต่อสอบถามแจ้งปัญหาเกี่ยวกับบริษัทได้ตลอด 24 ชั่วโมง และสามารถอ่านรีวิวห้องน้ำจาก ผู้ใช้บริการคนอื่น ๆ ได้ ส่วนผู้ให้บริการสามารถนำความคิดเห็นของลูกค้าไปปรับปรุงห้องน้ำของตัวเองได้

Channels

ลูกค้าสามารถเจอเราได้ทั้งในAPP Store และ PALY Store เนื่องจากระบบปฏิบัติการ IOS และ Android เป็นระบบปฏิบัติการที่เป็นที่นิยมที่สุดในโลก แต่ถ้าในอนาคตมีระบบปฏิบัติการอื่นที่ได้รับความนิยม บริษัทก็เตรียมพร้อมรับความเปลี่ยนแปลง

Key Partners

Partners หลักของบริษัทคือผู้ให้บริการห้องน้ำที่จะสามารถให้บริการห้องน้ำเพราะบริษัทไม่ได้เป็นเจ้าของพื้นที่บริการห้องน้ำเอง แต่จำเป็นต้องใช้สถานที่ของ Partners

Key Activities

กิจกรรมหลักของบริษัทคือการเพิ่มพื้นที่และจุดให้บริการห้องน้ำให้มากขึ้นเพื่อตอบสนองความต้องการของผู้ใช้บริการได้มากที่สุด

Key Resources

ทรัพยากรที่จำเป็นประกอบด้วย

เงินทุน กิจการของบริษัทจำเป็นต้องมีเงินทุนเป็นจำนวนมากเพื่อจัดทำ APP และค่าใช้จ่ายที่จำเป็นในการจัดตั้งกิจการ

บุคคล คือ พนักงานที่จะช่วยบริษัทในการค้นหา ติดต่อ กับพาร์ทเนอร์ในการขยายจุดให้บริการ ห้องน้ำตามสถานที่ต่าง ๆ

ข้อมูล บริษัทจำเป็นต้องมีข้อมูลเกี่ยวกับผู้ให้บริการ สถานที่ ที่มีจุดให้บริการและเก็บข้อมูลลูกค้า เช่น สถานที่ที่ไปบ่อย เป็นต้น

Revenue Streams

ช่องทางการได้รายได้ของบริษัทมาจาก 2 ช่องทาง ดังนี้

ช่องทางแรกได้จากการเติมเงินเข้าระบบหรือ LAVA Coins เมื่อลูกค้าเติมเงินเข้ามาไม่ว่าจะได้ใช้หรือไม่ได้ใช้บริษัทก็ได้เงินจากส่วนนี้เข้ามาใช้หมุนเวียนในระบบได้ก่อนและเมื่อมีการถอนเงินจากพาร์ทเนอร์เราจะหักเงินไว้ 35% จากที่ถอนเพื่อเป็นรายได้ของบริษัท

ช่องทางที่สองคือ รายได้จากการให้เช่าพื้นที่โฆษณาใน APP เมื่อตัว APP ของบริษัทได้รับความนิยมก็จะสามารถเก็บเงินค่าเช่าโฆษณาจากบริษัทที่ติดต่อมาได้

Cost Structure

ต้นทุนหลักของบริษัทประกอบด้วย

ค่าใช้จ่ายในการสร้าง APP ถือเป็นค่าใช้จ่ายหลักของบริษัทเพราะกิจการของบริษัทคือ APP อำนวยความสะดวก ถ้าบริษัทไม่มี APP ก็ไม่สามารถดำเนินธุรกิจได้

ส่วนต่อมาต่อเนื่องจากค่าใช้จ่ายหลักคือ ค่าใช้จ่ายเกี่ยวกับการดูแลระบบเพราะบริษัทจำเป็นต้องเป็นผู้เก็บรวบรวมข้อมูลต่าง ๆ ไม่ว่าจะทั้งด้านผู้ใช้ห้องนำหรือผู้ให้บริการ

ส่วนที่สามคือค่าจ้างพนักงานเป็นส่วนสำคัญที่จะทำให้บริษัทเติบโตขึ้นได้เพราะจำเป็นต้องใช้คนในการติดต่อกับผู้ให้บริการ เป็นต้น

ค่าโฆษณา ในปัจจุบัน APP ในโลกมีเป็นจำนวนมากถ้าบริษัทอยากให้ APP เป็นที่รู้จักจำเป็นต้องมีการโฆษณาเป็นอย่างมากและค่าใช้จ่ายทั่วไปที่จำเป็นต้องจ่ายเพื่อต่อเนื่องกิจกรรมด้านต่าง ๆ ในบริษัท

บทที่ 5 แนวทางในการพัฒนาธุรกิจ/ผลิตภัณฑ์/บริการ

5.1 แนวทางในการพัฒนาธุรกิจและผลิตภัณฑ์

การพัฒนาธุรกิจและผลิตภัณฑ์เป็นการปรับกลยุทธ์วางแผนทิศทางของธุรกิจว่าจะดำเนินธุรกิจต่อไป ซึ่งจะส่งผลถึงการประสบความสำเร็จ โดยแนวทางและวิธีการต่อยอดธุรกิจมีดังต่อไปนี้

5.1.1 สร้างช่องทางใหม่เข้าไปเพื่อให้การค้นหามีประสิทธิภาพมากขึ้นแต่ยังคงรองรับแอปพลิเคชันหลักเดิมๆ ซึ่งสามารถดำเนินการได้โดยไม่ต้องลงทุนใหม่ ทำได้ทันที โดยช่องทางใหม่ในการค้นหาจะสอดคล้องกับแอปพลิเคชันและดำเนินการไปกันได้อย่างลงตัว และช่วยเพิ่มประสิทธิภาพให้กับแอปพลิเคชันเดิม และช่วยส่งเสริมช่องทางในแอปพลิเคชันใหม่ได้ ทำให้แอปพลิเคชันได้ทำงานร่วมกันอย่างดี ยกตัวอย่างเช่น เพิ่มช่องทางในแอปพลิเคชันเพื่อให้มีการบริการเสริมมากขึ้น เพื่อให้ผู้ใช้สามารถได้ใช้แอปพลิเคชันได้หลายแบบ เช่น เพิ่มช่องทางในแอปพลิเคชันในการหาห้องอาบน้ำในสถานที่ที่ใกล้กับชายหาดที่มีนักท่องเที่ยวจำนวนมาก เช่น หาดบางแสน พัทยา หาดป่าตอง ภูเก็ต หาดฉะเชิงเทรา หาดริ้น เกาะพะงัน เกาะพีพี กระบี่ เป็นต้น

5.1.2 เพิ่มผลิตภัณฑ์ที่สามารถใช้ร่วมในแอปพลิเคชันให้ได้มาก เพื่อให้แอปพลิเคชันสามารถทำงานได้ครบวงจร และสามารถลดขั้นตอนในการสร้างแอปพลิเคชันใหม่ได้ และพัฒนารูปแบบแอปพลิเคชันให้มีความน่าสนใจมากขึ้น เพื่อจะทำให้เราประหยัดงบประมาณการลงทุน ประหยัดค่าใช้จ่ายได้เป็นอย่างดี เช่น พัฒนาให้แอปพลิเคชันมีให้ความสะดวกสบายในการเพิ่มช่องทางการค้นหาเส้นทางเพิ่มเติม สามารถหาเส้นทางในการเดินทางไปในสถานที่ต่างๆ เพื่อให้ได้รับความประทับใจในการเข้าใช้แอปพลิเคชันนี้ไม่ใช่แค่หาห้องน้ำเพียงอย่างเดียว และพัฒนาให้แอปพลิเคชันสามารถเชื่อมโยงไปสู่การจองตั๋วเครื่องบินและหาที่พัก สามารถจองที่พักได้ด้วย

5.1.3 นำความต้องการของตลาดมาวิเคราะห์ เพื่อให้ผู้นำระบบตลาดเข้ามาทำให้น่าสนใจ ซึ่งจะสามารถนำข้อมูลในจุดนี้มาใช้ประกอบการพัฒนาแอปพลิเคชันของเราเอง ด้วยความต้องการ

ของตลาดมีการเปลี่ยนแปลงและไม่เคยหยุดนิ่ง การต่อยอดนี้จึงจำเป็นต้องทำอย่างสม่ำเสมอและตลอดเวลา เพื่อตอบสนองความต้องการของผู้บริโภคได้ดีที่สุด จุดสำคัญที่ต้องพัฒนาคือผู้ประกอบการต้องทำการวิเคราะห์อย่างละเอียดถี่ถ้วนในข้อมูลที่ได้จากการสำรวจ รวมถึงการวางแผนเชิงธุรกิจที่ต้องมีประสิทธิภาพ เนื่องจากความต้องการของผู้บริโภคมีอย่างกว้างขวางและไม่เคยหยุดนิ่ง ซึ่งผู้ประกอบการต้องพิจารณาอย่างรอบคอบ วิธีนี้ก็เปรียบเสมือนการสร้างธุรกิจใหม่ขึ้นมา โดยอาศัยความต้องการของตลาดเป็นตัวตั้ง แต่ถ้าหากผู้ประกอบการสามารถจับหลักได้ถูกก็ประสบความสำเร็จอย่างไม่คาดคิด เช่น การพัฒนาให้มีสถานที่ที่มีคนไปเที่ยวบ่อยๆ และพัฒนาการโฆษณาให้มีการได้ชมหลังจากได้ไปเที่ยวแล้วอยู่ตลาด โดยอาจจะจัดให้มีการอัปเดตภาพการท่องเที่ยวในสถานที่นั้นลงในแอปพลิเคชันได้ด้วย

5.1.4 นำเสนอผลิตภัณฑ์ที่คิดค้นขึ้นมาใหม่ เช่น เพิ่มแอปพลิเคชันให้มีการสำรวจความเห็น ความพอใจไปในทุกครั้งที่มาใช้บริการ แล้วก็นำมาต่อยอดทางธุรกิจเพิ่มขึ้น ให้ผู้ประกอบการมีการพัฒนาผลิตภัณฑ์ตลอดเวลา แต่ข้อมูลของผลิตภัณฑ์ที่ได้รับการออกแบบใหม่ทั้งหมด ทั้งแนวคิดหรือกลุ่มเป้าหมาย การเพิ่มช่องทางด้วยวิธีนี้ถือว่าค่อนข้างเสี่ยง ต้องอาศัยสติปัญญาความรู้ ความเชี่ยวชาญ ประสบการณ์ หรือในบางครั้งอาจจะต้องอาศัยโชคของผู้ประกอบการเข้าช่วย เพราะเป็นการต่อยอดทางธุรกิจที่เริ่มต้นจากศูนย์นั่นเอง อาจจะต้องลงทุน ลงแรงมากขึ้นในการสร้างสรรค์สินค้าหรือบริการให้ตรงกับผู้บริโภค แต่ก็มีจุดเด่นอยู่ตรงที่ เมื่อเป็นของสิ่งใหม่ จึงไม่ยากที่จะสร้างความตื่นตัวให้กับผู้บริโภค ยิ่งในปัจจุบันผู้บริโภคส่วนใหญ่อยากพัฒนาให้เข้ากับความทันสมัยกันมากขึ้น จึงจำเป็นต้องพัฒนาให้ผลิตภัณฑ์ของให้ตอบสนองกับความต้องการของผู้บริโภค พร้อมกับมีคุณสมบัติที่ตอบสนองของผู้บริโภคได้ จึงไม่ใช่เรื่องยากที่จะประสบความสำเร็จได้

5.2 แนวทางในการพัฒนาการบริการ

แนวทางการพัฒนาการบริการ ทำให้การบริการมีคุณภาพได้มาตรฐานคุณภาพดีขึ้น รักษามาตรฐานนั้นให้เป็นที่ประทับใจตลอดไป การพัฒนาคุณภาพการบริการให้ดีกว่าเดิมรักษาความดี

ให้เป็นที่ยอมรับ เรียกว่าพัฒนาคุณภาพไว้ให้ได้ระดับ ส่วนความสำคัญ คือ โลกของการแข่งขัน ในโลกของธุรกิจและองค์กรที่ทำงานบริการ ถ้าไม่พัฒนาคุณภาพการบริการ ไม่รักษามาตรฐาน จะเกิดการบริการไม่เป็นที่พอใจ ปัจจัยควรพัฒนาการบริการ มีดังนี้

5.2.1 ความประทับใจในการให้บริการถือว่าเป็นหัวใจสำคัญ ผู้ที่ทำหน้าที่บริการ ที่จะรักษาลูกค้าให้ลูกค้าได้รับความประทับใจมากที่สุด ลักษณะการทำงานบริการจะช่วยให้สามารถทำได้ถูกต้องตามลักษณะงานบริการ การทำงานบริการแต่ละแบบไม่เหมือนกัน มีรายละเอียดต่างกันเพราะฉะนั้นลักษณะงานบริการแต่ละงานก็ต้องจัดการทำงานให้เหมาะสม

5.2.2 การบริการมีการโฆษณาประชาสัมพันธ์ เพื่อสร้างความยอมรับ เพราะฉะนั้นปัจจัยที่จะเกี่ยวข้องที่จะเสริมสร้าง การบริการที่ประทับใจให้กับงานหลักการในการพัฒนาและปรับปรุงพัฒนาคุณภาพการบริการ เช่น การบริการที่ถูกต้องและชัดเจน การพัฒนาและรักษาคุณภาพงานคือทำงานอย่างรวดเร็ว

5.2.3 การพัฒนาคุณภาพการบริการที่ดี คือการทำให้เร็ว พัฒนานาแอปพลิเคชันในการค้นหาได้รวดเร็วแม้ในบริเวณที่มีอินเทอร์เน็ตไม่แรง และมีการพัฒนาเพิ่มเติมโดยทำให้การค้นหาเพิ่มความเร็วขึ้นเรื่อยๆ จะทำให้ได้รับความพึงพอใจในการบริการที่ดี และผู้บริโภคก็อยากกลับมาใช้บริการซ้ำหลายๆครั้ง โดยในการบริการนี้เราจะพัฒนาแอปพลิเคชันให้มีความหลากหลาย ไม่ซับซ้อน ใช้งานได้ง่ายและสะดวกในการค้นหา ไม่ว่าจะเป็น ห้องน้ำ ห้องอาบน้ำ การจองตั๋วเครื่องบิน การจองตั๋วรถโดยสาร และการจองที่พัก อย่างเช่นผู้ใช้บริการต้องการเดินทางไปเที่ยวเกาะสมุย ก็สามารถพิมพ์ค้นหาในแอปพลิเคชันได้เลยว่า เดินทางไปเที่ยวเกาะสมุย แอปพลิเคชันก็จะให้บริการในเรื่องของการจองตั๋วเครื่องบิน จองตั๋วรถโดยสาร และที่พักอย่างครบถ้วนโดยที่ผู้ใช้บริการเลือกการจองเพียงครั้งเดียวแอปพลิเคชันก็จะอำนวยความสะดวกให้ผู้ใช้บริการไปถึงจุดหมายปลายทางอย่างไม่ต้องกังวลว่าจะเดินทางยังไง จะมีรถไปที่พักหรือไม่ และถ้าหากผู้ใช้บริการต้องการที่จะไปเล่นน้ำทะเลที่ชายหาด แต่ห้องพักอยู่ไกลกับชายหาดเมื่อผู้ใช้บริการต้องการอาบน้ำก็สามารถค้นหาห้องอาบน้ำจากแอปพลิเคชันได้ แอปพลิเคชันของเราก็จะค้นหาห้องอาบน้ำที่อยู่ใกล้

บริเวณชายหาดมากที่สุดให้แก่ผู้ใช้บริการ โดยที่ผู้ใช้บริการไม่ต้องเสียเวลากลับไปอาบน้ำที่ห้องพักอีก

5.3 แนวทางการพัฒนาในอนาคต

ในอนาคตข้างหน้าแอปพลิเคชันลาวาบูจะพัฒนาการขยายเครือข่ายโดยใช้หลักเน้นการลงทุนน้อย แต่ให้ได้กำไรมาก โดยร่วมทำสัญญากับพันธมิตร และการตกลงทำธุรกิจร่วมกันไม่ว่าจะเป็นร้านอาหาร ร้านค้า และร่วมกับช่องทางทางการเงิน เช่น การจ่ายผ่านบาร์โค้ด หรือบัตรเครดิต รวมไปถึงการจัดโปรโมชั่นให้แก่ผู้ใช้บริการลาวาบู และนอกจากนี้ยังมีแอปอื่นๆ เช่น การทำตลาดรวมด้วย จะทำให้การพัฒนาแอปพลิเคชันสามารถแก้ปัญหาได้ถูกทิศทาง จะทำให้ผู้บริโภคมีความพอใจ และทำให้สามารถเพิ่มยอดการเข้าใช้บริการมากขึ้นแม้ในช่วงที่เศรษฐกิจไม่ดี และสามารถร่วมทำธุรกิจกับแอปพลิเคชันอื่นๆได้ เช่น แกร็บเป็นแอปบริการแท็กซี่รับส่งลูกค้า เราก็สามารถที่จะร่วมมือทำธุรกิจกับแกร็บได้ โดยที่ผู้ใช้บริการสามารถเรียกแกร็บผ่านแอปพลิเคชันลาวาบูได้ เพื่อที่จะพาผู้ใช้บริการไปยังเป้าหมาย เป็นการเพิ่มประสิทธิภาพและรวดเร็วเพื่อตอบสนองต่อความต้องการของผู้ใช้บริการและเพิ่มการสร้างการเติบโตของธุรกิจลาวาบูรวมถึงลดความซับซ้อนในการให้บริการ

5.4 แนวทางการสร้างรายได้เพิ่มจากแอปพลิเคชันลาวาบู

แนวทางในการสร้างรายได้เพิ่มจากแอปพลิเคชันนี้ เมื่อเมื่อแอปพลิเคชันลาวาบูเป็นที่รู้จักของนักท่องเที่ยวและเป็นที่ยอมรับของผู้ใช้บริการทางแอปพลิเคชันนี้แล้ว จะทำให้สามารถเพิ่มรายได้ดังนี้

5.4.1 ให้แอปพลิเคชันลาวาบูมีการเพิ่มช่องทางเปิดโอกาสให้บริษัทต่างๆได้หาช่องทางในการทำการโฆษณาสินค้าของบริษัทนั้นๆ เพื่อให้ผู้บริโภคได้เข้าไปศึกษารายละเอียดของสินค้าต่างๆได้ และยังมีบริการสืบค้นการให้บริการที่ผ่านมามีการให้คะแนนมากน้อยเพียงใด เพื่อความมั่นใจในการตัดสินใจใช้บริการ

5.4.2 ให้โปรโมชั่นสินค้าต่างๆ ของแต่ละสถานที่ จัดโปรโมชั่น มีกิจกรรมแจกและแถมสินค้าต่างๆ หรือการลดราคา

ตามช่วงเทศกาลต่างๆ ลงบนแอปพลิเคชันลาวาบูเพื่อเป็นการสร้างรายได้เพิ่มให้แก่แอปพลิเคชันลาวาบู

5.4.2 เพิ่มช่องทางในการค้นหาพร้อมกับพันธมิตรต่างๆเข้ามาทำธุรกิจร่วมกัน โดยสามารถลิงค์เข้าไปในแอปพลิเคชันของลาวาบูได้โดยไม่จำเป็นต้องออกจากแอปพลิเคชันนี้ ซึ่งทำให้แอปพลิเคชันลาวาบูได้เพิ่มช่องทางมีรายได้มากขึ้น

5.5 แผนรองรับธุรกิจในอนาคต

แผนรองรับธุรกิจในอนาคตเป็นแผนเพื่อรองรับเป้าหมายในระยะยาว และมุ่งสู่วิสัยทัศน์ที่ทางธุรกิจได้วางไว้ บริษัทจึงได้วางแผนในอนาคตสำหรับกิจกรรมต่างๆ ดังนี้

5.5.1 เพิ่มช่องทางการโฆษณาแอปพลิเคชันเพื่อให้สอดคล้องกับกลยุทธ์และทิศทางการดำเนินธุรกิจ ในการเป็นผู้ให้บริการแอปพลิเคชันภายในของประเทศ บริษัทฯ จึงได้ดำเนินการสรรหาและได้มาซึ่งการทำสัญญาเช่าสถานที่ติดตั้งสื่อโฆษณาแอปพลิเคชันเพิ่มเติมในพื้นที่ที่มีศักยภาพ ทั้งในกรุงเทพฯ ปริมณฑล และหัวเมืองใหญ่ โดยบริษัทฯ ได้ดำเนินการคัดเลือกพื้นที่ดังกล่าวอย่างรอบคอบ เพื่อขยายเครือข่ายการโฆษณาแอปพลิเคชันของบริษัทฯ ให้ครอบคลุมมากยิ่งขึ้น รวมทั้งเพิ่มความสามารถในการเข้าถึงผู้รับชมสื่อแอปพลิเคชันของบริษัทฯ สร้างข้อได้เปรียบทางการแข่งขันทั้งในด้านเครือข่ายและการนำเสนอสื่อโฆษณา นอกจากนี้บริษัทฯ จะนำเอานวัตกรรมใหม่ๆ มาใช้ในการนำเสนอสื่อโฆษณาแอปพลิเคชันเหล่านี้เพื่อส่งเสริมภาพลักษณ์ความเป็นผู้นำของแอปพลิเคชันของบริษัทฯ ที่แตกต่างจากคู่แข่ง

5.5.2 โครงการขยายการโฆษณาแอปพลิเคชันสู่หัวเมืองหลักต่างๆ ของไทย ตามที่บริษัทฯ นำกลยุทธ์นี้เข้ามาเป็นพันธมิตรทางธุรกิจนั้น เป็นการให้ความสำคัญกับการรักษาข้อได้เปรียบทางการแข่งขัน โดยเน้นฐานการขยายพื้นที่การโฆษณาให้คนรู้จักแอปพลิเคชันลาวาบูมากยิ่งขึ้น ซึ่งบริษัทฯ ได้เล็งเห็นถึงศักยภาพในการขยายธุรกิจสู่หัวเมืองหลักต่างๆ ของไทยและ ขยายการดำเนินธุรกิจสู่ประเทศอื่นในภูมิภาคอาเซียนในอนาคต โดยดึงเอาการโฆษณามาเป็นมาเป็นจุดแข็งของบริษัทฯ และดึงมาเป็นพันธมิตรในการขยายธุรกิจ

5.5.3 โครงการขยายธุรกิจการโฆษณาแอปพลิเคชันไปสู่การโฆษณาในเวปไซด์ต่างประเทศหรือการผสานเทคโนโลยีที่ทันสมัยสู่การโฆษณาแอปพลิเคชันลาวาบูภายนอกประเทศ บริษัทฯ มีแผนที่จะผสานเทคโนโลยีที่ทันสมัยสู่การโฆษณาในเวปไซด์ต่างประเทศ เพื่อเพิ่มมูลค่าให้กับการโฆษณาแอปพลิเคชัน โดยสามารถตอบโจทย์ความต้องการของลูกค้าและกลุ่มเป้าหมายที่เปลี่ยนแปลงไป ตลอดเวลารวมถึงขยายฐานหรือเข้าถึงลูกค้าและกลุ่มผู้ชมเป้าหมายได้เพิ่มมากขึ้นด้วยเทคโนโลยีและนวัตกรรมที่ทันสมัย ไม่ว่าจะเป็นการนำสื่อออนไลน์มาผสมผสานกับสื่อป้ายโฆษณาในการประชาสัมพันธ์แอปพลิเคชันให้ทราบ การเพิ่มเติมระบบการจราจรอัจฉริยะเข้าไปในการโฆษณา การเพิ่มจำนวนการโฆษณาที่สามารถโต้ตอบและสื่อสารกับผู้ใช้งานได้เพิ่มมากขึ้น



บทที่ 6 สรุป (Conclusion)

จากการศึกษาและการหาข้อมูลพบว่าพฤติกรรมการท่องเที่ยวในประเทศไทย สถิติการท่องเที่ยวในประเทศไทย พฤติกรรมการใช้อินเทอร์เน็ตของคนไทย และพฤติกรรมการใช้ห้องน้ำสาธารณะ โดยการสำรวจการให้บริการห้องน้ำในประเทศไทยทำให้ลาวาบูจึงคิดทำแอปพลิเคชันในการค้นหาห้องน้ำผ่านระบบแอปพลิเคชัน เพื่อตอบสนองความต้องการของนักท่องเที่ยวแนวสตรีทฟุตที่ประสบปัญหาเรื่องการหาห้องน้ำโดยกลุ่มเป้าหมายหลักคือกลุ่มนักท่องเที่ยวที่มีอายุระหว่าง 15-40 ปีโดยบริษัทคาดหวังว่าแอปพลิเคชันของบริษัทจะเป็นผู้ให้บริการค้นหาห้องน้ำอันดับ 1 อีกทั้งบริษัทได้มีการเก็บรวบรวมข้อมูลและความคิดเห็นจากกลุ่มตัวอย่างจากย่านเยาวราช ซึ่งมีผู้ประสบปัญหาเรื่องการหาห้องน้ำมากถึง 93% ถึงแม้ว่าจะจะได้สำรวจมาเพียง 127 คน แต่ในอนาคตลาวาบูจะทำการสำรวจใหม่อีกครั้งเพื่อให้ได้ข้อมูลมากขึ้นและในส่วน of เครื่องมือแบบสอบถาม เราจะแก้ไขและพัฒนาในเรื่องของคำถามในแบบสอบถาม

สรุปแนวทางในการพัฒนาธุรกิจ/ผลิตภัณฑ์/บริการ อนาคตแอปพลิเคชันลาวาบูเราไม่ใช่แค่ให้บริการห้องน้ำเท่านั้นแต่เราจะพัฒนาให้แอปพลิเคชันสามารถค้นหาห้องอาบน้ำในสถานที่ใกล้เคียงชายหาดที่มีนักท่องเที่ยวจำนวนมากและในอนาคตเราจะมีการพัฒนาแอปพลิเคชันให้มีความสะดวกสบายในการเดินทางของผู้ใช้บริการลาวาบู ซึ่งเราจะพัฒนาการบริการของแอปพลิเคชันให้มี

ความหลากหลาย ไม่ซับซ้อน ใช้งานได้ง่ายและสะดวกในการค้นหา
ห้องนำ ห้องอาบนำ การจองตัวเครื่องบิน การจองตั๋วรถโดยสาร
และการจองที่พัก โดยที่ผู้ใช้บริการสามารถดูราคาและการรีวิวห้อง
พักได้ก่อนที่ผู้ใช้บริการจะทำการจอง



มหาวิทยาลัยกรุงเทพ

ข้อตกลงว่าด้วยการอนุญาตใช้สิทธิในวิทยานิพนธ์ / สารนิพนธ์

การจัดการมหาบัณฑิต สาขาวิชาความเป็นผู้ประกอบการ

วันที่.....เดือน.....พ.ศ.....

ข้าพเจ้า (นาย/นาง/นางสาว).....ผู้วิจัย.....หญิงแก้ว.....อยู่บ้านเลขที่ 135/9

ซอย.....ม่อนไก่.....ถนน.....ม่อนไก่.....ตำบล/แขวง.....ม่อน

อำเภอ/เขต.....เกาะส้ม.....จังหวัด.....สุราษฎร์ธานี.....รหัสไปรษณีย์.....84320

เป็นนักศึกษาของมหาวิทยาลัยกรุงเทพ รหัสประจำตัว.....7611200457

ระดับปริญญา ตรี โท เอก

หลักสูตร การจัดการมหาบัณฑิต สาขาวิชาความเป็นผู้ประกอบการ

คณะ การสร้างเจ้าของธุรกิจและการบริหารกิจการ

ซึ่งต่อไปนี้เรียกว่า “ผู้อนุญาตให้ใช้สิทธิ” ฝ่ายหนึ่ง และ

มหาวิทยาลัยกรุงเทพ ตั้งอยู่เลขที่ 119 ถนนพระราม 4 แขวงพระโขนง เขตคลองเตย

กรุงเทพมหานคร 10110 ซึ่งต่อไปนี้เรียกว่า “ผู้ได้รับอนุญาตให้ใช้สิทธิ” อีกฝ่ายหนึ่ง

ผู้อนุญาตให้ใช้สิทธิ และผู้ได้รับอนุญาตให้ใช้สิทธิ ตกลงทำสัญญากันโดยมีข้อความดังต่อไปนี้

ข้อ 1. ผู้อนุญาตให้ใช้สิทธิขอรับรองว่าเป็นผู้สร้างสรรค์และเป็นผู้มีสิทธิแต่เพียงผู้เดียว ในงานสารนิพนธ์ / วิทยานิพนธ์หัวข้อ.....

ซึ่งถือเป็นส่วนหนึ่งของการศึกษาตามหลักสูตร การจัดการมหาบัณฑิต ของมหาวิทยาลัยกรุงเทพ

(ต่อไปนี้เรียกว่า “สารนิพนธ์/วิทยานิพนธ์”)

ข้อ 2. ผู้อนุญาตให้ใช้สิทธิตกลงยินยอมให้ผู้ได้รับอนุญาตให้ใช้สิทธิโดยปราศจากค่าตอบแทนและไม่มีกำหนด

ระยะเวลาในการนำสารนิพนธ์/วิทยานิพนธ์ ซึ่งรวมถึงแต่ไม่จำกัดเพียงการทำซ้ำ ดัดแปลง เผยแพร่

ต่อสาธารณชน ให้เช่าต้นฉบับหรือสำเนางาน ให้ประโยชน์อันเกิดจากลิขสิทธิ์แก่ผู้อื่น อนุญาตให้ผู้อื่นใช้สิทธิโดย

จะกำหนดเงื่อนไขอย่างหนึ่งอย่างใดด้วยหรือไม่ก็ได้ ไม่ว่าทั้งหมดหรือเพียงบางส่วน หรือการกระทำอื่นใดใน

ลักษณะทำนองเดียวกัน

ข้อ 3. หากกรณีมีข้อขัดแย้งในปัญหาสิทธิในสารนิพนธ์/วิทยานิพนธ์ระหว่างผู้อนุญาตให้ใช้สิทธิกับ

บุคคลภายนอกก็ดี หรือระหว่างผู้ได้รับอนุญาตให้ใช้สิทธิกับบุคคลภายนอกก็ดี หรือมีเหตุขัดข้องอื่นๆ เกี่ยวกับ

ลิขสิทธิ์ อันเป็นเหตุให้ผู้รับอนุญาตให้ใช้สิทธิไม่สามารถนำงานนั้นออกทำซ้ำ เผยแพร่ หรือโฆษณาได้ ผู้อนุญาตให้

ใช้สิทธิยินยอมรับผิดชอบและชดใช้ค่าเสียหายแก่ผู้ได้รับอนุญาตให้ใช้สิทธิในความเสียหายต่างๆ ที่เกิดขึ้นแก่ผู้ได้รับ

อนุญาตให้ใช้สิทธิทั้งสิ้น

สัญญานี้ทำขึ้นสองฉบับ มีข้อความเป็นอย่างเดียวกัน คู่สัญญาได้อ่านและเข้าใจข้อความในสัญญาโดยละเอียดแล้ว จึงได้ลงลายมือชื่อให้ไว้เป็นสำคัญต่อหน้าพยาน และเก็บรักษาไว้ฝ่ายละฉบับ

ลงชื่อ.....ผู้อนุญาตให้ใช้สิทธิ

(นาย ธีรุต หนูแก้ว)

ลงชื่อ.....ผู้ได้รับอนุญาตให้ใช้สิทธิ

(อาจารย์อภิญญา จุลพิสิฐ)

ผู้อำนวยการสำนักหอสมุดและพื้นที่การเรียนรู้

ลงชื่อ.....พยาน

(ดร.กัญญา พัฒนวรพันธ์)

รองคณบดีคณะกรรมการสร้างเจ้าของธุรกิจและการบริหารกิจการ

ลงชื่อ.....พยาน

(อาจารย์อาทร พร้อมพัฒนภาค)

ผู้อำนวยการหลักสูตร

